

RANGSANGAN VISUAL PROVOKATIF DALAM FACEBOOK: KESANNYA TERHADAP PERUBAHAN EMOSI BAGI INDIVIDU EKSTROVERT (PROVOCATIVE VISUAL STIMULI IN FACEBOOK: ITS EFFECT ON EMOTIONAL CHANGES FOR EXTROVERTED INDIVIDUALS)

Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi

Jusang Bolong

Ezhar Tamam

*Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia*

ABSTRACT

Social networking sites (SNS) is not only used as a platform for online interaction, but also for emotional purposes. In SNS, users tend to like or watch visual that is shared by other users as video sharing because it is similar to the sharing of a documentary related meaningful event. Furthermore, the use of SNS associated with personality that enables the users to hide their own emotions from the knowledge of other users. The dominant personality in the field of communication is Extroverts. The question is, to what extent the visual exposure will stimulate and affect the emotional changes in Extroverts? The study was conducted online (online experiment) by using Post-test Group Design. A total of 30 Extroverts were selected through convenience sampling and has been added into Facebook group 'Emosi dan EPQ'. They were requested to answer a questionnaire before and after watching the provocative visual. Data were analysed using Wilcoxon-Signed Rank Test. The results showed that provocative visual stimulation in Facebook left a significant emotional changes in Extroverts ($Z = -2.099, p = 0.036$). Majority Extroverts became more stable in their emotion and they were actively giving comments regarding the visual. SNS like Facebook acts as a channel that allow users to share variety of stimulation until their current emotion affected the social interaction. The message in the provocative visual also plays a role in emotional changes in Extroverts to become more stable or unstable.

Keywords: *personality; emotional changes; social networking sites; visual stimulation; online experiment*

PENGENALAN

Jaringan sosial merupakan gabungan beberapa elemen komunikasi yang bertindak sebagai ruang mempergiat interaksi secara langsung dan tidak langsung. Tambahan lagi, jaringan ini melibatkan himpunan laman sesawang yang memberi peluang pada pengguna untuk bersosial dan mencari maklumat secara bebas dan terbuka. Misalnya, pengguna boleh menyertai laman komuniti, sembang, permainan, hiburan, blog dan laman sosial untuk berinteraksi dalam khalayak yang lebih luas.

Ruang laman sosial yang luas ini memberikan kuasa pada individu untuk menangguk

maklum balas atau mengelakkan diri daripada meneruskan interaksi dengan rakan-rakan (Scealy, Phillips & Stevenson, 2002, Parkinson, 2008). Hal ini menunjukkan bahawa individu boleh memilih untuk bersembang dengan sesiapa sahaja yang disukai dalam laman sosial (McKenna et al., 2002).

Laman sosial seperti Facebook adalah antara laman sembang yang paling popular dan menawarkan ruang interaksi dalam pelbagai cara seperti teks (komen dan *chatting*), suara (*voice call*) dan visual (*video call*). Dalam sesebuah laman sosial, pengguna akan mewujudkan sebuah profil peribadi bagi memudahkan interaksi dengan pengguna yang

lain. Bukan itu sahaja, profil peribadi ini menjadi lokasi untuk mengemaskini status, berbalas komen, memuat naik gambar dan video dan lain-lain lagi.

Secara umumnya, pengguna menjalankan aktiviti sendiri (Gentile et al., 2012) dan interpersonal semasa berada dalam laman sosial (Miller, 2011). Hal ini kerana, laman sosial bertindak sebagai ruang untuk berinteraksi secara bebas termasuklah melakukan pameran emosi (Riordan & Kreuz, 2010). Pengguna lebih mudah mempamerkan emosi dalam laman sosial kerana faktor masa, tempat dan emosi yang diluahkan adalah bergantung pada pengguna itu sendiri (Derks et al., 2008). Penggunaan laman sosial untuk berkomunikasi dengan rakan telah mengubah corak komunikasi individu. Pertama, individu boleh menyembunyikan identiti daripada dikenali oleh rakan yang lain; kedua, pameran emosi menjadi lebih negatif kerana ruang dalam laman sosial membolehkan individu menggunakan perkataan tidak sopan (Qiu et al., 2012); ketiga, individu menjadi lebih sunyi (Whitty & McLaughlin, 2007) sehinggalah berhadapan dengan gangguan emosi apabila dirangsang dengan pelbagai bahan dalam laman sosial (Carlo et al., 2012).

Bukan itu sahaja, penggunaan laman sosial adalah berkait dengan personaliti individu (Ljepava et al., 2012) kerana setiap personaliti mempunyai karakter yang berbeza lantas berupaya untuk mempamerkan cara yang berbeza semasa berinteraksi secara maya. Karakter ini dapat dilihat menerusi cara mereka bercakap, tingkah laku, penglibatan sosial dan lain-lain lagi. Menerusi karakter ini, mereka dapat mempengaruhi rakan menerusi tulisan dinding termasuklah berasa menyesal kerana menjalinkan hubungan secara atas talian (Moore & McElroy, 2012).

Selain daripada personaliti, laman sosial juga digunakan oleh individu yang berhadapan dengan emosi yang tidak stabil (Moore & McElroy, 2012). Misalnya, apabila individu berhadapan dengan emosi yang tidak stabil, mereka akan menggunakan laman sosial untuk bersembang dengan rakan-rakan. Berlainan pula dengan individu yang beremosi stabil, mereka gemar menulis pelbagai topik dalam laman sosial dan turut digelar sebagai

personaliti yang positif (Hollenbaugh & Ferris, 2014).

Penyataan Masalah

Individu dalam lingkungan usia 20-29 tahun menjadi pengguna Internet tertinggi di Malaysia (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, suku kedua, 2015), lantas mereka lebih mudah terdedah pada rangsangan bahan yang dikongsi oleh pengguna lain dalam laman sosial. Tambahan lagi, laman sosial seperti Facebook memberikan kebebasan pada pengguna untuk berkongsi apa-apa sahaja bahan dengan rakan-rakan. Tekanan daripada bahan rangsangan yang dikongsi akan mencetuskan perubahan emosi dalam diri pengguna (Codispoti, Surcinelli & Baldaro, 2008).

Walau bagaimanapun, perkembangan teknologi telah menjadikan individu semakin terbuka dalam mempamerkan emosi. Misalnya, sebilangan pengguna telah menyalahgunakan laman sosial sebagai medan pameran emosi seperti menyatakan pandangan peribadi yang melanggar adab dan budaya, perlembagaan termasuklah memecahbelahkan perpaduan kaum. Bukan itu sahaja, individu turut berkongsi pelbagai bahan berbentuk provokatif seperti artikel dan visual ke dalam laman sosial.

Penglibatan sosial secara aktif oleh individu Ekstrovert menjadikan mereka mudah bergaul dengan rakan-rakan dalam persekitaran bersemuka (Srivastava, Angelo & Vallereux, 2008) termasuklah membentuk hubungan baru dalam laman sosial (Orchard et al., 2014). Walaupun laman sosial seperti Facebook menyediakan ruang yang bebas untuk menulis komen (Bazarova et al., 2014) namun adakah penggunaan Facebook akan menjadikan individu Ekstrovert lebih aktif dalam perbualan dengan rakan-rakan?

Selain itu, individu Ekstrovert juga cenderung untuk berhadapan dengan pelbagai keadaan emosi sebelum melayari laman sosial. Hal ini kerana hasil kajian lepas menunjukkan bahawa individu yang beremosi tidak stabil akan menggunakan laman sosial sebagai pengganti interaksi dan mengelak daripada bersembang secara bersemuka dengan rakan-rakan (Tosun & Lajunen, 2010, Orchard et al., 2014).

Persoalannya, sejauh manakah pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook akan mempengaruhi perubahan emosi individu Ekstrovert? Oleh itu, objektif bagi kajian ini adalah untuk mengenal pasti perbezaan emosi bagi individu Ekstrovert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook.

Sorotan Literatur

Emosi

Komunikasi emosi digambarkan sebagai sebuah keadaan yang melibatkan pameran emosi atau perasaan yang sukar untuk difahami kerana emosi individu adalah berbeza dalam setiap situasi (Huang, Yen & Zhang, 2008, Parkinson, 2008). Komunikasi emosi dalam laman sosial memberikan makna yang lebih luas kerana individu tidak berjaya memberikan makna suatu emosi secara tepat dan hanya mentafsirkannya ke dalam bentuk yang difahami oleh diri sendiri (Lafren & Fiorenza, 2012).

Antara faktor yang mempengaruhi pameran emosi dalam laman sosial adalah tanggapan penerima, penggunaan saluran komunikasi, kelajuan Internet dan karakter sosial (Lafren dan Fiorenza, 2012, Riordan dan Kreuz, 2010, Powers et al., 2011 dan Eysenck, 1975). Menurut Lafren dan Fiorenza (2012), pameran emosi dengan pasangan adalah satu bentuk komitmen emosi lantas topik yang dibualkan perlu mempunyai maklumat yang sama bagi mengelakkan salah faham komunikasi. Kedua, saluran yang berbeza akan mempengaruhi cara individu untuk memilih kaedah yang dirasakan selesa untuk pameran emosi (mesej segera, tulisan dinding).

Seterusnya, kelajuan Internet yang tidak stabil turut mempengaruhi emosi individu kerana Powers et al. (2011) menyatakan bahawa kelajuan Internet yang perlahan akan menyebabkan individu berasa kecewa kerana perbualan tidak dapat berlangsung secara selari (*synchronise*). Selain itu, karakter sosial juga mempengaruhi emosi kerana setiap karakter mewakili tingkah laku yang berbeza (Eysenck, 1975) lantas mereka cenderung untuk mempamerkan emosi dengan cara yang berbeza.

Antara cara untuk mengawal pameran emosi adalah dengan berinteraksi secara tertutup dan menukar kaedah percakapan kepada penulisan. Pertama, individu yang berinteraksi secara tertutup seperti dalam laman sosial kerana mereka boleh menyembunyikan identiti sekali gus dapat berbual dalam situasi yang positif. Hal ini kerana, jika kedua-dua pihak (bermasalah dan tidak bermasalah) berinteraksi secara bersemuka, individu tidak bermasalah akan mentafsirkan emosi yang diluahkan oleh individu bermasalah sebagai mesej yang negatif.

Bukan itu sahaja, individu Ekstrovert yang berhadapan dengan emosi tidak stabil akan menggunakan khidmat pesanan ringkas sebagai pengganti dalam berbual kerana mereka ingin mengelak emosi negatif daripada diketahui oleh rakan-rakan (Butt & Phillips, 2008). Selain itu, individu yang mempunyai karakter sosial tidak stabil turut memanfaatkan penggunaan laman sosial kerana mereka berasa lebih efektif walaupun perbualan itu kurang meyakinkan kerana kedua-dua pihak tidak bersemuka antara satu sama lain (Hammick & Lee, 2014).

Personaliti

Karakter individu adalah melibatkan kombinasi cara berkomunikasi, sikap, emosi, dan perilaku yang turut dikenali sebagai personaliti. Menurut Stemmler dan Wacker (2010), perilaku, cara berfikir dan emosi bagi setiap individu adalah berbeza kerana sistem neurobiologi individu adalah berbeza antara satu sama lain. Oleh itu, setiap individu akan mempamerkan tingkah laku sama ada melalui perbuatan atau perbualan mengikut personaliti masing-masing.

Penggunaan laman sosial adalah berkait dengan personaliti. Hal ini kerana, setiap personaliti cenderung untuk mempamerkan tingkah laku yang berbeza apabila berada dalam laman sosial. Tambahan lagi, individu Ekstrovert adalah personaliti yang selari dengan interaksi dan hubungan sosial bukan sahaja dalam persekitaran bersemuka malahan juga dalam persekitaran berperantaraan komputer. Bukan itu sahaja, Orchard et al. (2014) menyatakan bahawa individu Ekstrovert menjadikan laman sosial sebagai

ruang santai dan membina hubungan dengan rakan-rakan yang baru.

Menurut Eysenck (1975), individu Ekstrovert lebih cepat bosan jika terdedah pada persekitaran yang bising kerana rangsangan otak mereka adalah lebih perlahan. Lantaran itu, mereka lebih mudah bergaul dan membentuk hubungan sosial dengan ramai orang dalam pelbagai situasi. Selari dengan kajian oleh Srivastava, Angelo dan Vallereux (2008), individu Ekstrovert yang melibatkan diri dengan lebih kerap dalam interaksi sosial akan membentuk emosi yang lebih positif terhadap diri dan persekitaran mereka.

Perubahan Emosi

Secara umumnya, keadaan emosi akan meninggalkan kesan terhadap tingkah laku individu. Contohnya, rangsangan emosi yang negatif seperti marah akan mengaktifkan fungsi otak untuk memberikan tindak balas yang agresif seterusnya merangsang individu untuk mempamerkan perasaan benci dan berasa kurang yakin terhadap diri sendiri. Bukan itu sahaja, individu yang beremosi tidak stabil turut cenderung berasa kurang hormat terhadap orang lain.

Bukan itu sahaja, hasil kajian Bowen et al. (2011) menunjukkan bahawa individu yang berhadapan dengan mood yang tidak stabil akan berasa lebih murung sekali gus berasa cenderung untuk bunuh diri. Hal ini kerana, perasaan negatif seperti tertekan, risau, marah dan muram telah mempengaruhi tingkah laku sekali gus merangsang emosi mereka untuk melakukan tingkah laku yang negatif terhadap diri sendiri.

Berlainan pula dengan individu yang beremosi stabil, mereka lebih yakin dan berupaya untuk mengawal konflik yang berlaku terhadap diri (Meier et al., 2011). Tambahan lagi, emosi akan menjadi lebih stabil seiring dengan peningkatan usia. Selari dengan hasil kajian oleh Costa dan McCrae (1994) yang membuktikan bahawa individu di bawah usia 25 tahun adalah individu yang sentiasa berhadapan dengan perubahan emosi (stabil atau tidak stabil) namun emosi akan berubah menjadi lebih stabil dan positif apabila menginjak usia 25 atau 30 tahun.

Seterusnya, hubungan interpersonal yang terjalin antara dua individu turut memainkan peranan terhadap emosi. Hal ini kerana, kedua-dua pihak yang berjaya mengekalkan emosi yang positif sepanjang hari akan berhadapan dengan tahap stres yang rendah, lebih bahagia dan dapat bersosial dengan lebih baik dengan rakan-rakan (Burgin et al., 2012). Situasi ini menunjukkan bahawa persekitaran yang positif akan mempengaruhi emosi yang lebih stabil.

Secara ringkasnya, terdapat beberapa keadaan yang mempengaruhi perubahan emosi individu. Pertama, persekitaran sosial. Apabila individu terdedah dalam persekitaran yang negatif, emosi mereka menjadi tidak stabil begitu juga sebaliknya (Sparrevohn & Rapee, 2009). Kedua, hubungan interpersonal. Hubungan yang baik antara dua pihak akan menggalakkan emosi menjadi lebih positif. Ketiga, karakter sosial. Individu yang mempunyai karakter sosial negatif (contoh: pemalu) akan menyebabkan mereka berasa kurang yakin untuk berinteraksi dalam keadaan bersemuka (Hammick & Alley, 2014).

Dalam konteks laman sosial, kriteria saluran interaksi yang tertutup dan tersembunyi telah menjadikan individu lebih bebas untuk mempamerkan emosi yang positif atau negatif tanpa diketahui oleh pasangan atau rakan-rakan yang lain. Misalnya, individu yang beremosi tidak stabil akan menggunakan perkataan yang tidak sopan semasa berbual (Qiu et al., 2012) dan mereka turut mengemaskini status dalam Facebook untuk pendedahan sendiri kerana mereka mahu mendapatkan perhatian dan respons rakan-rakan (Wang et al., 2012).

Selain itu, kelewatan sementara (*temporal delay*) dalam laman sosial berupaya meninggalkan kesan positif dalam hubungan sosial di atas talian kerana kelewatan ini membolehkan individu merancang ayat yang ingin ditulis lebih-lebih lagi apabila ingin memulakan perbualan dengan rakan baru (Powers et al., 2011). Individu yang beremosi tidak stabil turut menggunakan laman sosial sebagai medan pengganti komunikasi (Tosun & Lajunen, 2010) bagi mengelakkan emosi dibaca oleh rakan-rakan yang lain.

Pendekatan Teori

Model Hyperpersonal menjelaskan bahawa proses pembentukan hubungan dalam laman sosial melibatkan aspek persembahan sendiri dan pengurusan tanggapan. Ia merangkumi empat elemen Hyperpersonal iaitu keterbukaan sumber, keseragaman tanggapan penerima, kesan saluran dan kaedah maklum balas. Ke semua elemen ini menjelaskan bahawa interaksi dalam laman sosial meninggalkan manfaat yang lebih besar berbanding interaksi bersemuka.

Tambahan pula, penerima akan menyusun semula mesej yang disampaikan oleh sumber ke dalam bentuk mesej yang bermakna sekaligus memberikan kuasa pada penerima untuk mentafsirkan mesej tersebut dengan cara tersendiri (Walther, 2007). Lantaran itulah proses pembentukan hubungan berlaku dengan lebih mudah kerana interaksi dua pihak hanya bergantung pada penulisan dan ia menjadi kaedah utama dalam pameran perasaan. Seterusnya, Roda Personaliti Eysenck (Eysenck & Eysenck, 1975) merupakan sebuah model personaliti yang bertumpu pada jenis karakter dan keadaan emosi bagi individu Introvert atau Ekstrovert yang beremosi stabil atau tidak stabil. Setiap kelas personaliti yang beremosi stabil dan tidak stabil dibahagikan lagi kepada empat karakter sosial iaitu Mengelak (Introvert stabil), Melankolik (Introvert tidak stabil), Optimis (Ekstrovert stabil) dan Tersinggung (Ekstrovert tidak stabil).

Hipotesis

H₁: Terdapat perbezaan yang signifikan antara perubahan emosi bagi individu Ekstrovert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual dalam Facebook.

METOD

Sebuah ujian eksperimen atas talian (*online experiment*) telah dijalankan dengan menggunakan Facebook sebagai ruang eksperimen. Sebuah kumpulan eksperimen telah dibentuk bagi mengukur terhadap perubahan pemboleh ubah yang diuji. Kajian dijalankan di Universiti Putra Malaysia (UPM) kerana Mack et al. (2007) menyatakan

bahawa pelajar kolej adalah individu yang paling aktif menggunakan Facebook.

Subjek kajian dipilih menerusi kaedah pensampelan mudah. Seramai 30 individu Ekstrovert yang terdiri daripada pelajar UPM berusia 20-29 tahun dan aktif menggunakan Facebook telah dipilih bagi menjawab setiap objektif dalam kajian ini. Ke semua subjek yang berpersonaliti Ekstrovert ditentukan menerusi set instrumen personaliti dalam *Eysenck Personality Questionnaire* oleh Eysenck (1975).

Subjek kajian dipilih menerusi beberapa pertimbangan iaitu penyelidik memilih subjek mengikut kriteria yang diperlukan termasuklah memanipulasikan pemboleh ubah dan rawatan semasa eksperimen dijalankan. Analisis oleh Sani dan Todman (2006) menunjukkan bahawa bilangan subjek seramai 20 orang berupaya menjadi sampel dalam kajian eksperimen dan nilai kebolehppercayaan 0.80 boleh dicapai dengan menggunakan sekurang-kurangnya 25 orang responden (Westfall, Judd & Kenny, 2014).

Oleh itu, kajian ini telah menggunakan 30 orang sampel bagi memenuhi syarat dalam kajian berbentuk eksperimen. Memandangkan kajian ini adalah berbentuk eksperimen atas talian dan bilangan subjek adalah dikawal, maka pengumpulan data dalam Facebook terus dijalankan sehinggalah syarat jumlah 30 orang subjek berjaya dipenuhi.

Set soal selidik mengandungi 2 bahagian yang mengukur (a) kriteria personaliti dan (b) perubahan emosi sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual dalam Facebook. Set instrumen *Eysenck Personality Questionnaire* (EPQ; Eysenck, 1975) edisi terjemahan Bahasa Melayu oleh Asgari (2002) digunakan untuk mengukur personaliti (19 soalan) dan perubahan emosi (21 soalan) dengan nilai kebolehppercayaan 0.907 (sebelum pendedahan rangsangan visual) dan 0.917 (selepas pendedahan rangsangan visual).

Informasi negatif boleh mengubah emosi individu menjadi lebih sensitif dan sukar untuk dikawal (Rafnsdottir, 2012). Lantaran itu, kajian ini menggunakan visual provokatif neutral (positif dan negatif) bagi mengelakkan bias emosi dalam visual yang ditonton. Sebuah

visual rakaman langsung mengenai ucapan Politik Kampus dipilih sebagai bahan rangsangan yang akan mempengaruhi perubahan emosi setiap personaliti.

Visual Politik Kampus diklasifikasikan sebagai rangsangan provokatif kerana ucapan yang disampaikan adalah bertujuan untuk

merangsang emosi pelajar supaya mempercayai kepimpinan mahasiswa berbanding kepimpinan pentadbiran universiti (Rujuk Rajah 1). Pemilihan visual adalah selari dengan sampel dalam kajian ini iaitu pelajar universiti dan topik visual juga berlegar di sekitar universiti.

Jadual 1. Kandungan visual provokatif

Item	Masa	Keterangan
1	0:00:01 – 0:07:14	Pengucap menyalahkan pentadbiran universiti kerana menjalankan pilihanraya yang tidak telus, menuntut agar kuasa pilihanraya diberikan kepada mahasiswa dan bersorak (<i>cheers</i>) untuk menaikkan semangat.
2	0:07:14 – 0:19:09	Wakil kedua-dua parti menyatakan bahawa parti mereka adalah lebih baik kerana aktif dalam aktiviti di universiti. Wakil parti turut menuntut kuasa menguruskan pilihanraya diberikan pada mahasiswa.

Bagi tujuan eksperimen atas talian, sebuah laman Facebook diwujudkan dan penyelidik telah menjadi pengurus (*administrator*) Facebook berkenaan. Seramai 183 pelajar UPM telah ditambah sebagai rakan dan kesemua sampel rakan ini dicari secara mudah menerusi laman Majlis Perwakilan Pelajar Universiti Putra Malaysia (MPPUPM), UPM-*Putra Confession* dan *mutual friends*. Menurut Reips (2002), kajian eksperimen atas talian memerlukan bilangan sampel yang besar kerana setiap sampel berpotensi untuk menarik diri di pertengahan uji kaji. Bagi memastikan bilangan sampel seramai 30 Ekstrovert dipenuhi maka, ke semua 183 dipilih secara mudah sebagai subjek berpotensi dalam kajian eksperimen ini.

Pada peringkat awal, penyelidik telah memberikan taklimat ringkas mengenai tujuan kajian ini dijalankan dan hanya 105 rakan yang memberikan jawapan “YA” sebagai respons berminat untuk menyertai eksperimen ini. Seterusnya, sebuah kumpulan tertutup (*closed groups*) telah dibentuk dan dinamakan Emosi dan EPQ. Ke semua 105 orang rakan yang ditambah masuk ke dalam kumpulan telah diberikan taklimat sekali lagi mengenai kaedah pelaksanaan eksperimen. Pengumpulan data dijalankan selama 17 hari dalam 4 peringkat iaitu (1) notis penjadualan eksperimen (5 hari), (2) notis mengisi borang soal selidik- sebelum (5 hari), (3) notis tontonan visual (7 hari) dan (4) notis mengisi borang soal selidik-selepas (5 hari). Semua

soal selidik dijawab secara atas talian menerusi capaian *link* dalam *google.doc*. Bagi memastikan eksperimen berlangsung dalam keadaan terkawal, setiap peringkat pengumpulan data akan dikunci bagi mengelakkan pengumpulan data berganda.

Seterusnya, data yang di kumpul adalah berpanduan pada subjek yang telah mengikuti kesemua peringkat dalam ujian eksperimen ini. Hal ini kerana setiap soal selidik mempunyai soalan tapisan (nama dan kod personaliti) supaya subjek yang sama akan menjawab soal selidik sebelum dan selepas menonton visual dalam Facebook. Bukan itu sahaja, subjek juga perlu menonton visual yang telah dimuat naik di dalam Kumpulan Emosi dan EPQ dan ia dapat dilihat menerusi paparan ‘telah melihat’ (*seen by*) pada ruangan komen visual tersebut. Oleh itu, setiap subjek yang memenuhi kesemua peringkat ini telah dipilih sebagai subjek akhir eksperimen.

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penyelidik menggunakan Statistical Packages for Social Sciences versi 22.0. Data dalam bentuk kod dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif (taburan kekerapan (*peratus*)). Untuk menganalisis perubahan emosi, analisis non-parametrik *Wilcoxon Matched-Pair Signed Rank Test* digunakan untuk membuat perbandingan median antara dua kumpulan sama ada sebelum ujian (*pra*) dan selepas uji (*pasca*).

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Perbezaan emosi individu Ekstrovert sebelum dan selepas pendedahan visual provokatif

Analisis Ujian Berpasangan Wilcoxon-Signed Rank menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan terhadap perubahan emosi ($Z=-2.099$, $p=0.036$) dan nilai *mean rank* menurun daripada 16.73 kepada 13.05. Dapatan kajian ini membuktikan bahawa visual Politik Kampus telah meninggalkan perbezaan terhadap emosi individu Ekstrovert sekali gus hipotesis dalam kajian ini, diterima.

Jadual 2. Perbezaan emosi bagi individu Ekstrovert selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook

Pasangan		N	Mean Ranks	Z	Nilai sig.
Perbezaan emosi selepas – perbezaan emosi sebelum	Negative Ranks	20 ^a	16.73	-2.099 ^b	0.036
	Positive Ranks	10 ^b	13.05		
	Ties	0 ^c			
	Total	30			

Perbezaan emosi selepas < perbezaan emosi sebelum

Perbezaan emosi selepas > perbezaan emosi sebelum

Perbezaan emosi selepas = perbezaan emosi sebelum

Menerusi jadual yang sama, seramai 20 daripada 30 individu Ekstrovert berhadapan dengan perubahan emosi yang lebih stabil manakala 10 individu Ekstrovert yang lain berhadapan dengan emosi yang tidak stabil sebaik sahaja selesai menamatkan tontonan visual Politik Kampus. Walaupun pendedahan rangsangan visual telah meninggalkan perubahan dalam emosi individu Ekstrovert namun perubahan tersebut hanya melibatkan beberapa keadaan emosi sahaja (Rujuk Jadual 3).

Kriteria emosi yang berubah adalah emosi personal dan emosi interpersonal. Antara kriteria emosi personal yang berubah adalah seperti “fikiran saya menjadi runsing” ($Z=-3.438^b$, $p=0.001$), “saya berasa sukar untuk tidur” ($Z=-2.388^b$, $p=0.017$) dan “saya berasa tidak sihat” ($Z=-1.958^b$, $p=0.050$). Seterusnya, kriteria emosi interpersonal yang berubah

adalah seperti “saya berkecil hati jika orang lain cari kesalahan diri atau kerja saya” ($Z=-0.745^b$, $p=0.006$) dan “saya berasa runsing tentang perkara yang ingin diucapkan pada orang lain” ($Z=-2.526^b$, $p=0.012$).

Situasi ini menunjukkan bahawa keadaan emosi personal dan interpersonal individu Ekstrovert telah berubah menjadi semakin positif selepas didedahkan dengan rangsangan visual provokatif tersebut. Hal ini kerana kandungan ucapan dalam visual Politik Kampus telah mengubah emosi individu Ekstrovert menjadi lebih stabil atau kurang runsing termasuklah menaikkan semangat mereka. Menurut Srivastava, Angelo dan Vallereux (2008), individu Ekstrovert lebih kerap melibatkan diri dalam interaksi sosial lantas ia berupaya mempengaruhi emosi mereka apabila dirangsang dengan bahan provokatif.

Jadual 3. Nilai Ujian Berpasangan Wilcoxon-Signed Rank terhadap Perubahan Emosi Ekstrovert Sebelum dan Selepas Pendedahan Rangsangan Visual Provokatif

Bil	Perubahan Emosi	Median		Z	p
		Pre-tonton	Pasca-tonton		
1.	Fikiran saya runsing.	6.00	10.47	-3.438	0.001
2.	Saya berkecil hati apabila orang lain mencari kesalahan diri/ kerja saya.	6.50	11.83	-2.745	0.006
3.	Saya berasa runsing tentang perkara yang diucapkan pada orang lain.	1.30	12.90	-2.526	0.012

4.	Saya mengalami kesukaran untuk tidur.	7.30	10.96	-2.388	0.017
5.	Saya berasa tidak sihat.	11.79	12.79	-1.958	0.050
6.	<i>Mood</i> saya berubah-ubah.	11.63	14.27	-0.635	0.526
7.	Saya berasa susah hati tanpa sebab.	9.25	11.33	-1.179	0.239
8.	Saya mudah berasa tersinggung.	17.14	10.59	-0.877	0.381
9.	Saya selalu merasa bosan	12.36	13.50	-0.724	0.469
10.	Saya kerap diganggu rasa bersalah.	8.71	12.14	-1.939	0.052
11.	Saya berasa sangat gelisah.	11.13	9.18	-0.248	0.804
12.	Saya berasa bimbang dengan perkara ngeri yang akan berlaku pada masa hadapan.	13.15	7.85	-1.000	0.317
13.	Saya berasa sangat tidak bertenaga.	12.11	12.73	-1.199	0.231
14.	Saya berasa sangat penat tanpa sebab.	8.50	10.14	-1.154	0.249
15.	Saya rasa hidup ini terlalu membosankan.	10.57	10.46	-1.181	0.238
16.	Saya bimbang dengan penampilan saya.	12.35	10.79	-0.100	0.920
17.	Saya berasa runsing kerana telah melalui suatu pengalaman yang memalukan.	13.67	8.90	-1.243	0.214
18.	Saya berasa darah gemuruh.	8.13	10.60	-0.921	0.357
19.	Saya berasa kesepian.	12.36	12.70	-0.666	0.505
20.	Sekarang ini, saya berasa lemah lesu.	12.38	8.68	-1.591	0.112
21.	Saya berdiam diri daripada mengakui kesilapan yang telah saya lakukan.	9.29	11.15	-1.513	0.130

Seterusnya, kandungan ucapan dalam visual Politik Kampus telah mempengaruhi emosi individu Ekstrovert menjadi lebih stabil dan menjadikan mereka lebih bersemangat. Situasi ini menunjukkan bahawa sikap individu Ekstrovert yang lebih terbuka telah berupaya untuk mengubah emosi individu Ekstrovert termasuklah berkongsi pandangan peribadi mereka selepas menonton visual Politik Kampus (Rujuk Jadual 4)

Misalnya, individu Ekstrovert yang beremosi stabil memberikan komen dalam bentuk pendapat umum, bahasa kiasan, cadangan dan pernyataan yang berbentuk pengelakan. Selari dengan karakter Roda Personaliti Eysenck

(Eysenck, 1975), individu Ekstrovert cuba untuk mengelak daripada mengeluarkan kenyataan yang berbau provokatif dan bersikap lebih optimis dengan isu yang diprovok kepada mereka.

Seterusnya, individu Ekstrovert yang beremosi tidak stabil akan memberikan komen dengan penggunaan perkataan dan emosi yang negatif. Namun begitu, terdapat seorang Ekstrovert yang berhadapan dengan perubahan emosi stabil kepada tidak stabil selepas menonton visual Politik Kampus. Hal ini kerana, beliau berasa tersinggung dengan isu yang diketengahkan dalam visual lantas memberikan komen berbentuk pengalaman peribadi sepanjang bergelar mahasiswa.

Jadual 4. Respons individu Ekstrovert mengikut perbezaan emosi

Bil	Keadaan emosi	Jenis komen	Contoh
1.	Emosi stabil ^a Emosi stabil ^b	a) Pendapat umum b) Bahasa kiasan c) Cadangan d) Pernyataan mengelak	<ul style="list-style-type: none"> kita ada kuasa... ... dipercayai jika di kendali oleh pemimpin berkeelayakan .. menanam tebu di pinggir bibir gunakanlah saluran yang betul tak pernah percaya... baik fokus kat <i>study</i> je

			<ul style="list-style-type: none"> • saya tolak campur tangan politik luar
2.	Emosi tak stabil ^a - emosi tak stabil ^b	a) Perkataan negatif b) Perasaan kecewa	<ul style="list-style-type: none"> • stok ayam... ayam <i>boo!!</i> • .. kurang senang dengan demonstrasi • .. hanya boneka yang dikawal..
3.	Emosi stabil ^a – emosi tak stabil ^b	a) Pengalaman peribadi	<ul style="list-style-type: none"> • ...banyak kali menggelarkan saya bodoh... • sudah lali dengan kerenah dan agenda busuk... • saya malas ambil bahagian dalam 'kebusukan' yang berlaku...

Nota: ^a emosi sebelum tontonan visual, ^b emosi selepas tontonan visual

Individu Ekstrovert adalah personaliti yang aktif dalam interaksi termasuklah memberikan komen mengenai visual provokatif yang ditonton menerusi Facebook. Situasi ini menunjukkan bahawa individu Ekstrovert memanfaatkan laman sosial untuk tujuan interaksi termasuklah bersedia untuk mendedahkan perkara yang bersifat personal (Srivastava, Angelo & Vallereux, 2008, Wilson, Fornasier & White, 2010, Hollenbaugh & Ferris, 2014) yang pernah berlaku pada diri mereka.

Bukan itu sahaja, dapatan kajian juga menunjukkan bahawa individu Ekstrovert yang beremosi stabil adalah lebih responsif dan lebih terbuka dalam memberikan komen mengenai visual provokatif yang ditonton. Kriteria ini adalah selari dengan karakter sosial bagi individu Ekstrovert yang beremosi stabil iaitu mereka dikategorikan sebagai individu yang "Optimis". Seterusnya, individu Ekstrovert yang beremosi tidak stabil adalah mudah tersentuh dan emosinya berubah-ubah sekali gus dikategorikan dalam karakter sosial "Tersinggung".

Secara umumnya, lebih ramai individu Ekstrovert berada pada keadaan emosi yang stabil selepas menonton visual Politik Kampus dalam Facebook. Berpandukan pandangan sarjana lepas mengenai komunikasi emosi (Dezechache, Mercier dan Scott-Phillips, 2013), tiga syarat yang menjadikan emosi lebih stabil adalah penyaluran maklumat yang tepat, berhati-hati dan perkongsian minat yang sama. Ketiga-tiga syarat ini telah dipenuhi sekali gus

membolehkan individu Ekstrovert berhadapan dengan emosi yang lebih stabil selepas didedahkan dengan rangsangan visual provokatif.

Penggunaan dua elemen dalam Model Hyperpersonal (keseragaman tanggapan penerima, kesan saluran Facebook) dalam kajian ini boleh diguna pakai sebagai pengukuhan dalam mengenali karakter sosial bagi individu Ekstrovert seperti mana yang diketengahkan. dalam Roda Personaliti Eysenck. Dalam Facebook, individu Ekstrovert berpotensi untuk berhadapan dengan perubahan emosi dan ia dapat dilihat menerusi karakter-karakter yang ditonjolkan selepas menamatkan tontonan.

KESIMPULAN

Secara umumnya, masyarakat sedia maklum bahawa individu Ekstrovert mempunyai karakter yang terbuka dan lebih kerap melibatkan diri dalam interaksi dan perhubungan sosial sama ada dalam persekitaran bersemuka mahupun laman sosial. Aktiviti yang dilakukan dalam laman sosial seperti perkongsian bahan berbentuk visual berpotensi meninggalkan kesan terhadap emosi individu.

Apabila individu Ekstrovert diprovok dengan visual provokatif dalam Facebook, majoriti pengguna berhadapan dengan emosi yang stabil. Namun begitu, visual ini berfokus pada tema dan subjek kajian yang sama maka

perubahan emosi tidak dapat dilihat secara menyeluruh. Dicapangkan agar kajian akan datang boleh mempelbagaikan jenis bahan rangsangan dengan penggunaan subjek kajian yang berbeza dengan tema bahan.

Individu Ekstrovert yang beremosi stabil selepas menonton visual adalah lebih optimis dan cenderung untuk memberikan pendapat secara umum, kiasan, cadangan dan cuba mengelak daripada mengeluarkan komen-komen yang berbaur provokatif. Berbanding dengan individu Ekstrovert yang beremosi tidak stabil, mereka cenderung untuk mengeluarkan komen-komen yang beremosi negatif dan lebih mudah tersinggung dengan kandungan visual yang ditonton.

Memandangkan kajian ini menggunakan reka bentuk eksperimen yang dirangsang dengan visual dan kelompok sasaran yang sama, maka perubahan emosi tidak dapat digeneralisasikan mewakili saiz populasi. Dicapangkan agar kajian akan datang boleh menggunakan pendekatan fisiologi untuk mempelbagaikan analisis perubahan emosi.

RUJUKAN

- Asgari, Y. (2002). *Relationship between Anxiety and Other Personality Traits among Students in Malaysian University*. Unpublished master dissertation. Universiti Putra Malaysia, Malaysia.
- Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H. & Cosley, D. (2012). Managing impressions and relationships on Facebook: Self-presentational and relational concerns revealed through the analysis of language style. *Journal of Language and Social Psychology*, 32(2), 121–141. doi:10.1177/0261927X12456384
- Bowen, R., Baetz, M., Leuschen, C. & Kalynchuk, L. E. (2011). Predictors of suicidal thoughts: Mood instability versus neuroticism. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1034–1038. doi:10.1016/j.paid.2011.08.015
- Burgin, C. J., Brown, L. H., Royal, A., Silvia, P. J., Barrantes-Vidal, N., & Kwapi, T. R. (2012). Being with others and feeling happy: Emotional expressivity in everyday life. *Personality and Individual Differences*, 53(3), 185–190. doi:10.1016/j.paid.2012.03.006
- Butt, S., & Phillips, J. G. (2008). Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 346–360. doi:10.1016/j.chb.2007.01.019
- Carlo, G., Mestre, M. V., McGinley, M. M., Samper, P., Tur, A. & Sandman, D. (2012). The interplay of emotional instability, empathy, and coping on prosocial and aggressive behaviors. *Personality and Individual Differences*, 53(5), 675–680. doi:10.1016/j.paid.2012.05.022
- Codispoti, M., Surcinelli, P. & Baldaro, B. (2008). Watching emotional movies: Affective reactions and gender differences. *International Journal of Psychophysiology*, 69(2), 90–5. doi:10.1016/j.ijpsycho.2008.03.004
- Communication & Multimedia, Pocket Book of Statistics, Q2 2015*; Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2014.
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24, 766–785. doi:10.1016/j.chb.2007.04.004
- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (Adult)*. London: Hodder & Stoughton.
- Fogel, J. & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153–160. doi:10.1016/j.chb.2008.08.006
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C. & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1929–1933. doi:10.1016/j.chb.2012.05.012
- Hammick, J. K. & Lee, M. J. (2014). Do shy people feel less communication apprehension online? The effects of virtual reality on the relationship between personality characteristics and communication

- outcomes. *Computers in Human Behavior*, 33, 302–310. doi:10.1016/j.chb.2013.01.046
- Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 662–676. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.020>
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50–58. doi:10.1016/j.chb.2013.07.055
- Huang, A. H., Yen, D. C. & Zhang, X. (2008). Information & Management exploring the potential effects of emoticons, 45, 466–473. doi:10.1016/j.im.2008.07.001
- Laflen, A. & Fiorenza, B. (2012). "Okay, my rant is over." The language of emotion in computer-mediated communication. *Computers and Composition*, 29(4), 296–308. doi:10.1016/j.compcom.2012.09.005
- Ljepava, N., Orr, R. R., Locke, S. & Ross, C. (2013). Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1602–1607. doi:10.1016/j.chb.2013.01.026
- Mack, D.M., Behler, A., Roberts, B. & Rimland, E. (2007). Reaching students with Facebook: Data and best practices. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, 8(2). Diambil dari http://southernlibrarian-ship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html
- McKenna, K. Y. a., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75. doi:10.1207/S15327957PSPR0401_6
- Meier, L. L., Orth, U., Denissen, J. J. A. & Kühnel, A. (2011). Age differences in instability, contingency, and level of self-esteem across the life span. *Journal of Research in Personality*, 45(6), 604–612. doi:10.1016/j.jrp.2011.08.008
- Miller, M. (2011). Welcome to Facebook - It's Not Just for Kids Anymore. *Facebook for Grown-Ups: Use Facebook to Reconnect with Old Friends, Family, and Co-Workers*. 2nd Edition. Pearson Education Inc.
- Moore, K. & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 267–274. doi:10.1016/j.chb.2011.09.009
- Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N. & Morris, N. (2014). Individual differences as predictors of social networking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 1-15. doi:10.1111/jcc4.12068
- Parkinson, B. (2008). Emotions in direct and remote social interaction: Getting through the spaces between us. *Computers in Human Behavior*, 24(4), 1510–1529. doi:10.1016/j.chb.2007.05.006
- Powers, S. R., Rauh, C., Henning, R. A., Buck, R. W., & West, T. V. (2011). The effect of video feedback delay on frustration and emotion communication accuracy. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1651–1657. doi:10.1016/j.chb.2011.02.003
- Qiu, L., Lin, H., Ramsay, J., & Yang, F. (2012). You are what you tweet: Personality expression and perception on Twitter. *Journal of Research in Personality*, 46(6), 710–718. doi:10.1016/j.jrp.2012.08.008
- Rafnsdottir, H. B. (2012). *Are Emotional Video-Clips More Likely to Elicit False Memories Than Neutral Video-Clips?* Unpublished degree dissertation. Reykjavík University.
- Riordan, M. A. & Kreuz, R. J. (2010). Emotion encoding and interpretation in computer-mediated communication: Reasons for use. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1667–1673. doi:10.1016/j.chb.2010.06.015
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578–586. doi:10.1016/j.chb.2008.12.024
- Sani, F. & Todman, J. (2008). Selecting a Statistical Test. *Experimental Design and Statistics for Psychology: A First Course*, John Wiley & Sons.
- Scealy, M., Phillips, J. G. & Stevenson, R. (2002). Shyness and anxiety as predictors of patterns of Internet usage.

- CyberPsychology & Behavior*, 6, 507–515.
- Sparrevohn, R. M. & Rapee, R. M. (2009). Self-disclosure, emotional expression and intimacy within romantic relationships of people with social phobia. *Behaviour Research and Therapy*, 47(12), 1074–8. doi:10.1016/j.brat.2009.07.016
- Srivastava, S., Angelo, K. M., & Vallereux, S. R. (2008). Extraversion and positive affect: A day reconstruction study of person–environment transactions. *Journal of Research in Personality*, 42(6), 1613–1618. doi:10.1016/j.jrp.2008.05.002
- Stemmler, G. & Wacker, J. (2010). Personality, emotion, and individual differences in physiological responses. *Biological Psychology*, 84(3), 541–51. doi:10.1016/j.biopsycho.2009.09.012
- Tosun, L. P. & Lajunen, T. (2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck's personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 162–167. doi:10.1016/j.chb.2009.10.010
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. doi: 10.1177/009365096023001001
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538–2557. doi:10.1016/j.chb.2006.05.002
- Wang, J.L., Jackson, L. A., Zhang, D.J. & Su, Z.Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313–2319. doi:10.1016/j.chb.2012.07.001
- Westfall, J., Kenny, D. A. & Judd, C. M. (2014). Statistical power and optimal design in experiments in which samples of participants respond to samples of stimuli. *Journal of Experimental Psychology: General*, 143(5), 2020–2045.
- Whitty, M. T. & McLaughlin, D. (2007). Online recreation: The relationship between loneliness, Internet self-efficacy and the use of the Internet for entertainment purposes. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1435–1446. doi:10.1016/j.chb.2005.05.003
- Wilson, K., Fornasier, S. & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173–177.